

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, pretende darle una nueva dirección a la empresa comercial "Importadora Morales Ltda." acorde las características de la misma, debido a que cuenta con muchas deficiencias y problemas en el área comercial, específicamente en materia de Marketing. Por esta razón el propósito fundamental del presente trabajo se orientó a identificar oportunidades del mercado para vender el Servicio de comercialización de productos para el acabado de la construcción que ofrece la empresa y así también al fortalecimiento de la situación de Marketing en el conjunto de las actividades de la empresa.

Se llevó a cabo una investigación Bibliográfica de conceptos y términos básicos de Marketing, que coadyuvarán a la elaboración de un Plan Estratégico de Marketing y su aplicación, adecuándolo a la realidad de la empresa objeto de estudio.

También se realizó un Diagnóstico del micro entorno y macro entorno de la empresa, considerando determinados factores importantes de esta misma, lo cual se desarrolló con el objetivo de determinar las amenazas y oportunidades a las que se enfrenta la empresa y descubrir sus fortalezas y debilidades que la caracterizan en su accionar empresarial.

A continuación se llevó a cabo una investigación, manejando las técnicas de Investigación de Mercados y a través del análisis de los resultados conseguidos de fuentes primarias, donde permitió conocer las causas de la disconformidad de la población en cuanto al servicio ofrecido por el personal de la empresa.

Tomando en cuenta estos resultados, se presenta la propuesta de aplicación de un Plan Estratégico de Marketing para la empresa comercial "Importadora Morales Ltda." que contiene el desarrollo general de los compendios de un plan y las alternativas estratégicas, lo cual permitirá a la misma obtener un mejor posicionamiento de servicios en el mercado local; también el Plan permite a la empresa solucionar algunas deficiencias en materia de Marketing, dar una nueva orientación estratégica, incrementar las ventas de sus productos y crear una nueva imagen de la empresa en cuanto a servicios en la mente de los clientes.

Por último se exponen conclusiones y recomendaciones para un mejor desempeño de la empresa y del presente trabajo.